

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Salah satu media penyiaran yang dianggap dekat dengan masyarakat yakni media elektronik radio (Morrison, 2008:13). Radio hingga saat ini masih menjadi media informasi dan komunikasi yang mampu memberikan informasi, pendidikan, hiburan, sekaligus sebagai sarana untuk mengiklankan suatu produk maupun jasa. Radio sebagai salah satu media untuk iklan memiliki sejumlah keunggulan dibanding dengan media lainnya. Seperti biaya yang murah, karena produksi iklan di radio sangat mudah dilakukan dan dapat diselesaikan dalam waktu yang singkat untuk mempersiapkan materi iklan. Materi pun dapat dikemas dengan gaya bahasa sedemikian rupa sehingga sesuai dengan selera pendengar. Selain itu banyak orang yang dapat menikmati siaran radio karena daya jangkauan semakin luas. Dengan demikian media radio merupakan media yang ideal untuk mengiklankan barang maupun jasa (Morrison, 2011:2). Pengiklan juga sangat penting dalam meningkatkan dan mengembangkan stasiun radio. Ketika pendapatan iklan terus meningkat, maka perusahaan akan semakin cepat berkembang dan dapat menjamin kesejahteraan para pegawai.

Paguyangan sebuah kota yang terletak di kabupaten Brebes bagian selatan yang di himpit oleh 5 kecamatan dan berbatasan dengan wilayah Banyumas Cilacap yang sangat prospektif untuk menyebarkan informasi dan promosi salah satunya melalui radio. Di Paguyangan terdapat satu lembaga penyiaran milik pemerintah daerah Kabupaten Brebes yang memegang peranan penting di bidang informasi siaran yaitu Radio Top Fm Paguyangan yang berdiri sejak 10 April 2001. Radio Top Fm Paguyangan terletak di Jalan Raya Paguyangan nomor 12, Kecamatan Paguyangan Kabupaten Brebes.

Tujuan didirikannya Radio Top Fm Paguyangan adalah untuk memberikan informasi siaran pemerintah daerah khususnya di Kabupaten Brebes dengan jangkauan wilayah Tegal, sebagian wilayah Cilacap Barat, Ciamis, Kuningan. Namun seiring dengan perkembangan teknologi dan internet radio Top Fm Paguyangan dapat diakses secara *streaming* melalui situs *website* Topfm951.net dengan tujuan agar dapat dinikmati oleh pendengar yang berada diluar frekuensi dan juga sebagai sarana untuk mempromosikan program dan mempublikasikan iklan secara luas.

Sejak tahun 2002 Radio Top Fm menjadi UPTD (Unit Pelaksana Teknis Daerah) dibawah bagian Humas Setda Brebes. Kemudian pada tahun 2007 Radio Top Fm Paguyangan berubah menjadi Radio Singosari 2 Top Fm berdasarkan Peraturan Daerah Kabupaten Brebes Nomor 8 Tahun 2007 tentang Pembentukan Lembaga Penyiaran Publik lokal Kabupaten Brebes dibawah naungan Dinas Komunikasi Informatika dan Statistik (Kominfotik) Kabupaten Brebes, sebagai suatu lembaga daerah yang menyumbangkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) yang ditargetkan termasuk pendapatan iklan. Hal ini sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Brebes nomor 8 Tahun 2007 Bab V Pasal 8 mengenai sumber pembiayaan radio publik lokal berasal dari iuran masyarakat, APBD kabupaten Brebes, sumbangan masyarakat, siaran iklan dan usaha yang sah terkait dengan penyelenggaraan penyiaran.

Sehingga untuk mencapai pendapatan iklan yang telah ditargetkan oleh pemerintah Daerah Kabupaten Brebes, maka Radio Top Fm Paguyangan membutuhkan suatu manajemen yang tidak lepas dari strategi perencanaan program yang dikemas sedemikian rupa agar menarik perhatian pengiklan. Program dapat disamakan atau dianalogikan dengan produk atau barang (*Goods*) atau pelayanan (*Services*) yang dijual kepada pihak lain dalam hal ini audien dan pemasang iklan (Morrisan, 2008:210). Dengan demikian tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting dan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial stasiun penyiaran radio.

Peran iklan sangat penting bagi keberlangsungan media. Adapun keberadaan media juga sudah menjadi kebutuhan penting bagi masyarakat untuk informasi. Kita perlu memahami bahwa selama ini masyarakat menggantungkan perolehan informasinya dari media, masyarakat sangat mengandalkan media untuk menjadi tahu (Andhita, 2021). Peran media massa dalam menyampaikan informasi tentu mempengaruhi sudut pandang khalayak dalam melihat peristiwa (Andhita, 2021).

Terkait hal tersebut maka sangat penting bagi radio Top FM untuk meraih pengiklan yang produktif. Tentu hal ini bisa tercapai jika pengelola radio Top FM berhasil menarik perhatian calon pengiklan melalui program siaran yang potensial. Pada saat pemasangan iklan membeli waktu siaran untuk menayangkan iklan, maka sebenarnya pemasang iklan mencoba menarik perhatian audien yang tengah mengikuti program siaran tempat iklan itu ditayangkan. Dengan demikian sebenarnya audien lebih tertarik pada program siaran dan bukan kepada iklan yang muncul pada program siaran itu (Morrisan, 2008:425). Untuk itu diperlukan perencanaan program yang dapat menarik banyak audien, apalagi ketika program memiliki karakteristik sesuai dengan kebutuhan pemasang iklan untuk mempromosikan produknya, maka media penyiaran dalam hal ini radio akan mendapatkan pemasang iklan dan mendapatkan pemasukan. Dalam observasi awal diperoleh data pendapatan iklan Radio Top Fm Paguyangan mulai dari bulan Januari hingga Desember 2019 sebagai berikut:

**Tabel 1.1 Data Pendapatan Iklan 2019**

No	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.	9.	10.	11.	12.	Total
Bulan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember	
Iklan	7	7	7	10	12	7	8	8	7	6	6	6	91

Sumber: Dokumen Radio Top Fm Paguyangan

Dari data tersebut peneliti dapat mengetahui jumlah pendapatan iklan setiap bulannya, yang akan dijadikan acuan sebagai indikator keberhasilan dalam merencanakan program. Perencanaan program sebagaimana dikemukakan Pringle Star bahwa: *Program planning involves the development of short, medium, and long range plans to permit the station to attain its programming and financial objectives*. Ini berarti perencanaan program mencakup pekerjaan mempersiapkan jangka pendek, menengah, dan jangka panjang yang memungkinkan stasiun penyiaran untuk mendapatkan tujuan program dan tujuan keuangannya (Morissan, 2008:274). Dalam merencanakan dan memilih program, maka bagian program biasanya akan berkonsultasi lebih dahulu dengan bagian pemasar. Hal ini dilakukan karena bagian pemasaran yang akan memasarkan program yang bersangkutan kepada pemasang iklan.

Dari beberapa program acara di Radio Top Fm Paguyangan terdapat salah satu program acara yang masih bertahan hingga saat ini, semenjak mengudara dari tahun 2002 yaitu program acara M2M (Musik untuk orang Muda) merupakan program siaran lagu-lagu anak muda pop Indonesia terkini dan *hits request* pendengar dan informasi tentang remaja atau anak muda yang sedang ngetrend disekitar kita (Sumber: Hasil wawancara dengan manager radio Top Fm, tanggal 29 April 2021).

Penayangan program M2M dengan hari siar setiap hari mulai pukul 19.00-21.00 WIB melalui penayangan system online jejaring sosial yang menjadi daya tarik bagi pendengar. Waktu penayangan program dilakukan pada *prime time* dengan seluruh audien sudah berada di rumah yang mempunyai ketersediaan

waktu untuk mencari hiburan salah satunya melalui media massa radio. Sehingga hal ini menjadi peluang bagi keberhasilan program karena pada saat iklan disiarkan pada program M2M akan berpotensi menjaring audien dalam jumlah besar. Selain itu jangkauan wilayah siaran Radio Top Fm Paguyangan yang luas akan menjadi daya tarik pengiklan. Karena semakin besar daya jangkauan yang digunakan stasiun penyiaran, maka daya jangkauannya akan semakin luas dan jumlah audien yang bisa dijangkau akan semakin besar. Hal ini berarti wilayah siaran yang jelas akan memudahkan pemasang iklan untuk mempersiapkan strategi iklannya dalam mencapai target audien yang diinginkan (Morrison, 2008:382).

Hasil wawancara terkait daya tarik pengiklan untuk memasang iklan di Radio Top Fm Paguyangan dengan mempertimbangkan jangkauan siaran yang luas. “Radio Top Fm merupakan radio satu-satunya yang memiliki jangkauan yang luas di Brebes Selatan” (Afi Zulfikar, Manager Store Presiden Elektronik dan Raja Kasur Wilayah Bumiayu, 19 Agustus 2021).

Dengan demikian awal dari efektifitas suatu keberhasilan program, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap program yang ditayangkan yang memunculkan suatu tindakan untuk mengikuti suatu program. Sehingga akan menjadi daya tarik pengiklan untuk mempromosikan produknya pada suatu program. Hal ini sesuai dengan teori AIDDA yang akan digunakan dalam penelitian ini. Teori AIDDA merupakan singkatan dari *Awareness* (Kesadaran), *Interest* (Perhatian), *Desire* (Keinginan), *Decision* (Keputusan), *Action* (Tindakan). Teori AIDDA dapat digunakan sebagai landasan yang mengacu pada penyusunan perencanaan program siaran. Karena program sebagai suatu produk yang perlu direncanakan dengan baik melalui pengemasan sedemikian rupa agar

menarik perhatian dan dapat diikuti sebanyak mungkin audien sekaligus akan menarik pemasang iklan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, alasan peneliti melakukan penelitian di Radio Top Fm Paguyangan karena Radio Top Fm Paguyangan merupakan lembaga penyiaran publik lokal Kabupaten Brebes yang terletak di Kecamatan Paguyangan, yang mengembangkan pendapatan asli daerah yang ditargetkan termasuk pendapatan iklan. Tentunya dalam pengelolaan radio dibutuhkan penerapan strategi perencanaan program yang menarik agar radio tidak ditinggalkan pendengar serta mencapai tujuan dari media penyiaran. Khususnya untuk memenuhi target yang sudah ditetapkan oleh Pemerintah Daerah Brebes dan mampu menjalankan fungsi sebagai media informasi yang berorientasi kepada kepentingan seluruh lapisan masyarakat. Dengan demikian, upaya untuk menyeimbangkan antara memenuhi kepentingan pemilik dan kepentingan masyarakat memberikan tantangan tersendiri dalam pengelolaan media penyiaran. Salah satunya membuat program acara yang menarik dengan isi siaran sesuai dengan fungsinya sebagai radio publik lokal yang wajib memberikan perlindungan dan pemberdayaan kepada khalayak sesuai dengan peraturan daerah nomor 8 tahun 2007 bagian ketiga pasal 12 sekaligus melaksanakan fungsinya sebagai media untuk beriklan.

Sehingga dalam penelitian ini, peneliti tertarik meneliti bagaimana strategi perencanaan program dalam menarik pengiklan karena sebuah program diukur melalui sejauh mana program tersebut dapat mempertahankan keberadaan pada stasiun radio melalui strategi perencanaan program yang tepat yang akan menarik pengiklan dan akan membawa keuntungan bagi perusahaan media penyiaran radio. Dari uraian tersebut penulis merasa penting untuk mengetahui lebih

mendalam mengenai strategi perencanaan program dalam menarik pemasang iklan untuk mempromosikan produk atau jasanya. Maka penulis menyusun skripsi dengan judul “*Strategi Perencanaan Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) Dalam Menarik Pengiklan di Radio Top FM 95.1 Paguyangan,*

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Perencanaan Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) di Radio Top Fm 95.1 Paguyangan?
2. Bagaimana Strategi Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) dalam menarik pengiklan di Radio Top Fm 95.1?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Perencanaan Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) di Radio Top FM 95.1 Paguyangan.
2. Untuk mengetahui Strategi Program M2M (Musik Untuk Orang Muda) dalam menarik pengiklan di Radio Top FM 95.1 Paguyangan.

#### **1.4. Manfaat Penelitian**

##### **1. Manfaat Akademis**

Sebagai karya ilmiah penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu komunikasi sebagai disiplin ilmu dan pengembangan komunikasi massa, dalam bidang media penyiaran radio.

##### **2. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan, evaluasi, pemikiran dan pertimbangan bagi pengelola radio dalam perencanaan program untuk mengidentifikasi audien dan menyiarkan program yang spesifik yang dapat menarik dan memuaskan kebutuhan audien sekaligus menarik pengiklan.